

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank syariah merupakan bagian dari pelaksanaan ekonomi Islam. Bank syariah atau Lembaga Keuangan Syariah (LKS) adalah setiap lembaga yang kegiatan usahanya di bidang keuangan dan didasarkan pada syariat atau hukum Islam, seperti perbankan, reksadana, dan takaful.¹ Diberlakukannya Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan tanggal 2 maret 1992, menandai adanya kesepakatan rakyat dan bangsa Indonesia untuk menerapkan *Dual Banking System*, atau sistem perbankan ganda, di Indonesia.²

Tidak bisa dipungkiri perkembangan Bank Syariah di Indonesia membawa inovasi baru di dunia ekonomi Indonesia apalagi sejak diberlakukannya Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang perubahan atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan pada November 1998 menunjukan semakin diterimanya Bank Syariah di hati masyarakat, terutama masyarakat Islam yang menginginkan jasa layanan perbankan yang tidak melanggar syariat-syariat islam.

Menurut Undang-Undang No. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah, perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Pesatnya perkembangan sistem

¹ Muhammad Nadratuazzaman, *Produk Keuangan Islam di Indonesia dan Malaysia*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013) hlm 9

² Wirnyaningsih, dkk, *Bank dan Asuransi Syariah di Indonesia*, (Jakarta: KENCANA PRENADA MEDIA, 2005), hlm 1

ekonomi syariah di Indonesia saat ini, terutama di lembaga keuangan, ditandai dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia tahun 1992. Hal ini merupakan bukti “sehatnya” sistem yang dikembangkan ekonomi Islam.³

Kegiatan usaha perbankan syariah telah diatur dalam pasal 36-37 Peraturan Bank Indonesia No. 6/24/PBI/2004 yaitu meliputi sembilan fungsi yaitu fungsi penghimpunan dana, penyaluran dana (langsung dan tidak langsung), jasa layanan perbankan, berkaitan dengan surat berharga, lalu lintas keuangan dan pembayaran, berkaitan dengan pasar modal, investasi, dana pensiun dan sosial.⁴

Kegiatan bank syaria'ah ada yang di sebut jasa layanan, penghimpunan dana dan penyaluran dana. Jasa layanan terdiri dari *sharf* (jual beli valuta asing) dan *ijarah* (sewa), penghimpunan dana sendiri terdiri dari tabungan *wadi'ah*, tabungan *mudharabah*, deposito *mudharabah*, giro *wadi'ah* dan sukuk *mudharabah*. Sedangkan penyaluran terdiri dari pembiayaan *murabahah*, pembiayaan *isthisna*, pembiayaan *salam*, *ijarah*, pembiayaan *mudharabah*, dan pembiayaan *musyarakah*. Pembiayaan *murabahah*, *salam*, *istishna*, dan *ijarah* menggunakan sistem margin⁵ sedangkan pembiayaan *mudharabah* dan *musyarakah* menggunakan sistem bagi hasil.

Istilah pembiayaan pada intinya berarti *I Believe, I Trust*, “saya percaya” atau “ saya menaruh kepercayaan”. Perkataan pembiayaan yang artinya kepercayaan (*trust*), berarti lembaga pembiayaan selaku *shahibul mal* menaruh kepercayaan kepada seseorang untuk melaksanakan amanah yang diberikan. Dana

³ Muhammad Syafii Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*. (Jakarta: Gema Insani. 2001) hlm 25

⁴ Adrian Sutedi, *Perbankan Syariah*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2009) hlm 62

⁵ Margin merupakan keuntungan yang diperoleh dari hasil kegiatan jual beli yang besarnya telah ditentukan pada awal akad sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati. (Taop, *Pengaruh Pendapatan Margin Murabahah dan Bagi Hasil Musyarakah terhadap Laba Operasional PT. BANK BJB Syariah Periode 2012-2014*, Skripsi, UIN Sunan Gunung Djati Bandung 2017)

tersebut harus di gunakan dengan benar, adil, dan harus disertai dengan ikatan dan syarat-syarat yang jelas, dan saling menguntungkan bagi kedua belah pihak.⁶

Sistem bagi hasil merupakan suatu sistem yang dilakukannya perjanjian atau ikatan secara bersama di dalam kegiatan usaha. Di dalam perjanjian tersebut di perjanjikan adanya bagi hasil antara kedua belah pihak atau lebih, dan di dalam aturan syari'ah sendiri bagi hasil haruslah ditentukan di awal akad, dan besarnya bagi hasil ditentukan oleh kesepakatan kedua belah pihak atau lebih tanpa ada paksaan.

Dalam pembiayaan di perbankan syari'ah, akad yang di gunakan adalah akad *mudharabah* dan *musyarakah*. Akad *mudharabah* adalah sistem kerja sama antara dua pihak atau lebih dimana pihak pertama (*shahib al-mal*) menyediakan seluruh (100%) kebutuhan modal (sebagai penyuntik sejumlah dana sesuai kebutuhan pembiayaan sautu proyek), sedangkan *costumer* sebagai pengelola (*mudharib*) mengajukan permohonan pembiayaan dan untuk ini *costumer* sebagai pengelola (*mudharib*) menyediakan keahliannya.⁷

Dalam transaksi ini biasanya mensyaratkan adanya *wakil shahib al-maal* dalam manajemen proyek. *Mudharib* sebagai pengelola yang dipercaya harus bertanggung jawab bila terjadi kerugian yang di akibatkan karena kelalaian dan *wakil shahib al-mal* harus mengelola modal secara professional untuk mendapatkan laba yang optimal. Keuntungan usaha secara *mudharabah* di bagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak, sedangkan rugi ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian itu bukan di akibatkan oleh kelalaian pengelola (*costumer*), selanjutnya bilamana kerugian tersebut sebagai

⁶ Veithzal Rivai dan Adria Permata Veithzal, *Islamic Financial Management*, (Jakarta: PT RajaGrafindo, 2008) hlm 3

⁷ *Op.cit* hlm.43

akibat kecurangan atau kelalaian pengelola (*costumer*), maka pengelola harus bertanggung jawab atas kerugian tersebut.⁸

akad *musyarakah* adalah transaksi karena adanya keinginan dari para pihak (dua pihak atau lebih) melakukan kerja sama untuk suatu usaha tertentu. Masing-masing menyertakan dan menyetorkan modalnya (baik *intangible asset* maupun *tangible asset*) dengan pembagian keuntungan di kemudian hari sesuai kesepakatan.⁹

Berdasarkan fatwa Dewan Syariah Nasional – Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI), dalam bentuk pengelolaan keuntungan disarankan agar menggunakan prinsip bagi pendapatan (*revenue sharing*). Perhitungannya di dasarkan pada pembagian nisbah yang telah disepakati sebelumnya antara pihak bank syariah dan pengelola atau nasabah debitur dikalikan dengan penjualan dari laporan laba rugi nasabah debitur pada umumnya. Bank syariah mengikuti fatwa tersebut dengan tujuan untuk menghindari moral *hazard* yang mungkin dilakukan oleh nasabah debitur, misalnya dengan cara menaikkan biaya operasional yang tidak perlu.¹⁰

Pendapatan bagi hasil *mudharabah* adalah penentuan besarnya nisbah/rasio bagi hasil yang dibuat pada waktu akad dengan berpedoman pada untung rugi, besarnya bagi hasil ditentukan berdasarkan keuntungan sesuai dengan nisbah/rasio yang disepakati. Kemudian jumlah pembagian laba kan meningkat sesuai dengan peningkatan pendapatan dan jika terjadi kerugian akan ditanggung oleh kedua belah pihak. Besarnya keuntungan bergantung pada keberhasilan usaha sehingga usaha menjadi perhatian bersama, dengan prinsip ini kedua belah pihak dituntut untuk sungguh-sungguh dan bertanggung jawab dalam

⁸ *Ibid.*

⁹ *Ibid*, hlm 45

¹⁰ Fatwa DSN-MUI Nomor 08/DSN-MUI/IV/2000

menjalankan kewajibannya, sehingga tingkat kredit macet atau bermasalah bisa ditekan. Dengan tidak berlakunya sistem bunga berarti tidak ada pembebanan bunga yang berkesinambungan sebagaimana yang terjadi pada bank konvensional. Selain itu juga bank syariah sangat mengedepankan prinsip kehati-hatian (*prudential bank*) dalam menjalankan fungsinya menjunjung tinggi etika bisnis. Sebagaimana diketahui bahwa dengan besarnya tingkat pembiayaan mudharabah yang disalurkan secara efektif dan efisien akan menambah tingkat pendapatan bagi hasil mudharabah yang diperoleh.¹¹

Laba operasional adalah keuntungan yang diperoleh dari hasil kegiatan usaha utama setelah dikurangi dengan biaya-biaya operasional pada suatu periode tertentu.¹² Sedangkan menurut Veithzal Rifai dan Arviyan Arifin laba operasional adalah selisih positif antara pendapatan operasional dengan beban operasional.¹³

Biaya operasional atau disebut dengan *operating cost* merupakan sejumlah biaya yang harus dikeluarkan oleh suatu perusahaan untuk mendukung yang harus dikeluarkan oleh suatu perusahaan untuk mendukung operasi atau kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan tersebut. Biaya operasional biasanya berupa biaya untuk penjualan dan administrasi untuk mendukung pendapatan, serta tidak termasuk pada pengeluaran yang telah diperhitungkan.¹⁴

Biaya-biaya operasional sendiri salah satunya adalah beban promosi. Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran, komunikasi pemasaran merupakan ujung tombak penentu keberhasilan suatu program pemasaran.

¹¹ Acep Faizal Ramdan, *Pengaruh Pembiayaan Mudharabah dan Pendapatan Bagi Hasil Mudharabah terhadap Laba Bersih di PT. Bank Syari'ah Mandiri*, Skripsi, UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2017

¹² Sumarso SR, *Akuntansi Suatu Pengantar*, edisi lama, (Jakarta:Salemba Empat, 2002), hlm 244.

¹³ Veithzal Rivai dkk, *Bank and Financial Institution Management* (Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, 2007) hlm 908

¹⁴ Editor, Pengertian dan Klasifikasi Biaya Operasional. Dalam <http://harga.web.id/pengertian-dan-klasifikasi-biaya-operasional.info> diakses pada 27 oktober 2017 pukul 18.55

Betapapun kualitas suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin produk ini akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya.¹⁵ Jadi beban promosi adalah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk mempromosikan atau mengiklankan suatu produk dari perusahaan tersebut demi meningkatkan penjualan.

Dapat diketahui dari pemaparan diatas bahwa seharusnya semakin besar pendapatan atau keuntungan dari pendapatan bagi hasil *mudharabah* maka laba operasional pun mengalami peningkatan, dan semakin besar beban promosi yang di keluarkan maka semakin kecil laba yang di dapatkan.

Berikut data laporan keuangan yang akan di teliti pada PT. Bank Mega Syariah yang menunjukan pengaruh pendapatan bagi hasil *mudharabah* dan beban promosi terhadap laba operasional tahun 2014-2016.

Tabel 1.1
Pengaruh Pendapatan Bagi Hasil *Mudharabah* dan Beban Promosi
Terhadap Laba Operasional di bank Mega Syariah
(dalam Jutaan Rupiah)

Tahun	Triwulan	Pendapatan Bagi Hasil Mudharabah		Beban Promosi		Laba Operasional	
2014	I	-		1.065		27.140	
	II	-		2.720	↑	41.839	↑
	III	-		4.243	↑	14.963	↓
	IV	139	↑	6.077	↑	22.562	↑
2015	I	342	↑	1.033	↓	(20.410)	↓
	II	657	↑	1.938	↑	(25.240)	↓
	III	926	↑	3.134	↑	(21.826)	↑
	IV	990	↑	4.432	↑	6.563	↑
2016	I	56	↓	843	↓	63.662	↑
	II	87	↑	1.862	↑	81.065	↑
	III	87	-	3.166	↑	95.928	↑
	IV	87	-	5.227	↑	137.775	↑

Sumber: laporan Keuangan Publikasi www.bi.go.id

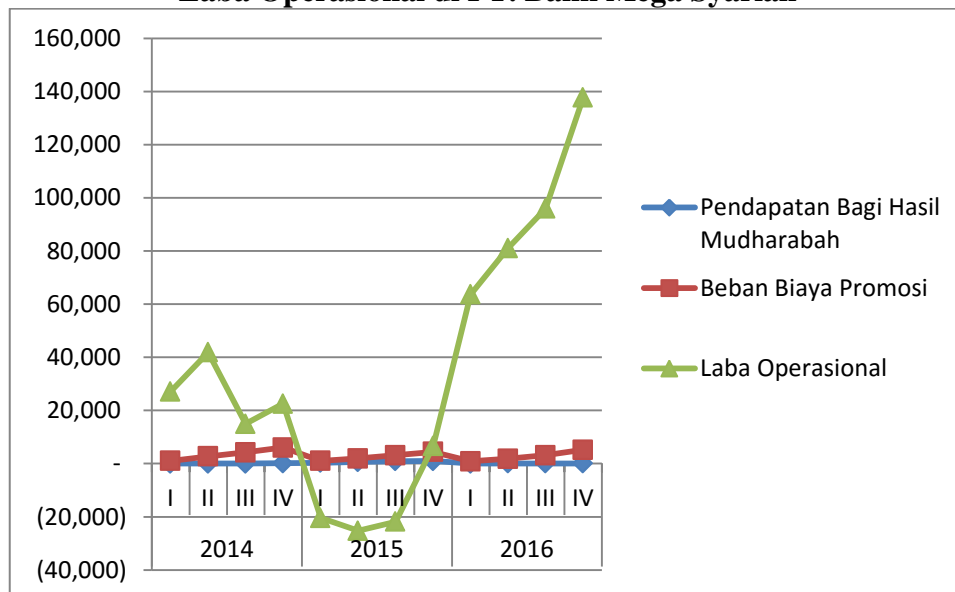
¹⁵ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Press, 1997), Edosi ke-2, hlm.219

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa pendapatan bagi hasil *mudharabah* terus mengalami peningkatan namun tidak dengan laba operasional. Terlihat pada triwulan ke-1 pada tahun 2015 pendapatan bagi hasil *mudharabah* mengalami peningkatan dari Rp.139.000.000; menjadi Rp.342.000.000; sedangkan laba operasional mengalami penurunan dari Rp.22.562.000.000; menjadi Rp.(20.410.000.000;), di tahun 2016 pada triwulan ke-1 pendapatan bagi hasil *mudharabah* mengalami penurunan dari Rp.990.000.000; menjadi Rp.56.000.000; sedangkan laba operasional mengalami kenaikan dari Rp.6.563.000.000; menjadi Rp.63.662.000.000; pada triwulan ke-3 dan ke-4 pendapatan bagi hasil *mudharabah* tetap sedangkan laba operasional terus naik.

Sementara beban promosi terus mengalami kenaikan di iringi dengan kenaikan laba operasional. Terlihat pada triwulan ke-2 beban promosi meningkat dari Rp.1.065.000.000; menjadi Rp. 2.720.000.000; sedangkan laba operasional juga mengalami kenaikan dari Rp.27.140.000.000; menjadi Rp.41.839.000.000; dan pada triwulan ke 4 beban promosi juga mengalami kenaikan dari Rp.4.243.000.000; menjadi Rp.6.077.000.000; dan laba operasional juga mengalami kenaikan Rp. 14.963.000.000; menjadi Rp. 22.562.000.000; , pada tahun 2015 mengalami penurunan di iringi dengan penurunan laba operasional pada triwulan ke-1 dari Rp.6.077.000.000; menjadi Rp. 1.033.000.000; dan laba operasional dari Rp. Rp. 22.562.000.000; menjadi (-Rp 20.410.000.000). Pada triwulan ke-3 dan ke-4 , beban promosi meningkat dari Rp.1.938.000.000; ke Rp.3.134.000.000; lalu ke Rp.4.432.000.000; dan laba operasional juga terus mengalami kenaikan dari (-Rp.25.240.000.000;) ke (-Rp.21.826.000.000;) lalu naik lagi menjadi Rp.6.563.000.000; , sedangkan pada tahun 2016 juga mengalami hal yang sama pada triwulan ke-2 ke-3 dan ke-4, beban promosi naik dari Rp.843.000.000 ke Rp.1.862.000.000; ke Rp.3.166.000.000; lalu ke

Rp.5.227.000.000; di iringi dengan kenaikan laba operasional dari Rp. 63.662.000.000 menjadi Rp.81.065.000.000; ke Rp.95.928.000.000; lalu pada triwulan ke-4 menjadi Rp.137.775.000.000;

Grafik 1.1
Pendapatan Bagi Hasil *Mudharabah* dan Beban Promosi terhadap
Laba Operasional di PT. Bank Mega Syariah



Berdasarkan grafik diatas dapat dilihat pada laporan laba rugi PT. Bank Mega Syariah, Berdasarkan grafik diatas dapat dilihat bahwa pendapatan bagi hasil *mudharabah* terus mengalami peningkatan namun tidak dengan laba operasional Terlihat pada triwulan ke-1 pada tahun 2015 pendapatan bagi hasil *mudharabah* mengalami peningkatan sedangkan laba operasional mengalami penurunan dari, di tahun 2016 pada triwulan ke-1 pendapatan bagi hasil *mudharabah* mengalami penurunan, sedangkan laba operasional mengalami kenaikan. pada triwulan ke-3 dan ke-4 pendapatan bagi hasil *mudharabah* tetap sedangkan laba operasional terus naik.

Sementara beban promosi terus mengalami kenaikan di iringi dengan kenaikan laba operasional. Terlihat pada triwulan ke-2 beban promosi meningkat

sedangkan laba operasional juga mengalami kenaikan, dan pada triwulan ke 4 beban promosi juga mengalami kenaikan dari; dan laba operasional juga mengalami kenaikan, pada tahun 2015 mengalami penurunan di iringi dengan penurunan laba operasional pada triwulan ke-1 Pada triwulan ke-3 dan ke-4 , beban promosi meningkat dan laba operasional juga terus mengalami kenaikan, sedangkan pada tahun 2016 juga mengalami hal yang sama pada triwulan ke-2 ke-3 dan ke-4, beban promosi naik, di iringi dengan kenaikan laba operasional.

Berdasarkan latar belakang diatas menunjukan terjadinya penyimpangan antara teori dan praktik, dimana seharusnya ketika pendapatan bagi hasil *mudharabah* naik maka laba operasional pun ikut naik, dan dimana beban promosi naik maka laba operasional turun. maka dari itu dipandang perlu untuk melakukan penelitian yang berjudul **Pengaruh Pendapatan Bagi Hasil *Mudharabah* dan Beban Promosi terhadap Laba Operasional di PT. Bank Mega Syariah Periode 2014-2016.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan masalah “Bagaimana Pengaruh Pendapatan Bagi Hasil *Mudharabah* dan Beban Promosi terhadap Laba Operasional di PT. Bank Mega Syariah Periode- 2014-2016”, dijabarkan dalam beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Seberapa besar Pengaruh Pendapatan Bagi Hasil *Mudharabah* secara parsial terhadap Laba Operasional di PT. Bank Mega Syariah?
2. Seberapa besar Pengaruh Beban Promosi secara parsial terhadap Laba Operasional di PT. Bank Mega Syariah?

3. Seberapa besar Pengaruh Pendapatan Bagi Hasil *Mudharabah* dan Beban Promosi secara simultan terhadap Laba Operasional di PT. Bank Mega Syariah ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai oleh peneliti adalah :

1. Untuk mengetahui Pengaruh Pendapatan Bagi Hasil *Mudharabah* terhadap Laba Operasional di PT. Bank Mega Syariah.
2. Untuk mengetahui Pengaruh Beban Promosi terhadap Laba Operasional di PT. Bank Mega Syariah.
3. Untuk mengetahui Pengaruh Pendapatan Bagi Hasil *Mudharabah* dan Beban Promosi terhadap Laba Operasional di PT. Bank Mega Syariah.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna baik secara praktisi maupun secara akademik, yaitu :

1. Kegunaan Teoritis

- a. Kepentingan Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Hasil penelitian ini hendaknya memberikan pengetahuan dan teori yang berkaitan dengan perbankan syariah khususnya pengaruh pendapatan bagi hasil *mudharabah* dan beban promosi terhadap laba operasional.

b. Bagi peneliti lain

Sebagai bahan referensi bagi peneliti lain yang ingin mengkaji bidang yang sama, sehingga menjadikan hasil penelitian ini sebagai pembandingan.

2. Kegunaan Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi :

a. Nasabah dan Calon Nasabah

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan, umumnya mengenai dunia perbankan, khususnya mengenai pengaruh pendapatan bagi hasil *mudharabah* dan beban promosi terhadap laba operasional.

b. Bank yang menjadi objek penelitian

Bagi PT. Bank Mega Syariah hasil penelitian ini dapat dijadikan masukan untuk membantu pihak manajemen terutama untuk melihat pengaruh pendapatan bagi hasil *mudharabah* dan beban promosi terhadap laba operasional.